



# CHANGE COMMUNICATIONS

*“Communication for Change, Change for Development”*

*Association Reg. N° 000933/ADR/J06/BAPP*



## LA RADIO COMMUNAUTAIRE AU SERVICE DE LA PAIX

**Par Shifu Ngalla**

**(Expert en Communication pour le développement)**



**Yaoundé, Mars 2021**

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	5
L'AUTEUR .....	6
INTRODUCTION.....	7
CHAPITRE UN : LA RADIO COMMUNAUTAIRE COMME BÂTISSEUR ET POTENTIEL DESTRUCTEUR DE LA PAIX.....	8
1.1 : Les atouts de la radio en tant que moyen essentiel de communication de masse. ....	8
1.1.1: Les atouts techniques.....	8
1.1.2: Atouts inhérentes à son statut et à ses fonctions:.....	9
1.2 : Force négative de la radio communautaire.....	9
1.2.1 : Quelques exemples .....	9
1.2.1.1: Le Rwanda :.....	9
1.2.1.2: En Yougoslavie.....	10
1.2.1.3: Au Kenya.....	10
1.3.0 : Les défis de la diffusion des émissions en direct en temps de crise.....	10
1.3.1: Contexte politique.....	10
1.3.2: L'intimidation.....	11
1.3.3 : Nos propres croyances et valeurs .....	11
1.3.4 : La pression familiale/ethnique .....	11
CHAPTER TWO : LE TYPE D'INFORMATION DONT LES PERSONNES DEPLACEES ONT BESOIN .....	13
2.0 : Les personnes déplacées/ Les déplacés internes et les réfugiés .....	13
2.1 : Les déplacés internes : Qui sont-ils ? .....	13
2.2 : Les réfugiés .....	13
2.3 : L'importance de l'information en temps de crise. ....	13
2.3.1 : Informations pratiques vitales pour les PDI .....	13
2.3.2: A quoi peut servir la bonne information pour les déplacés internes ?.....	14
2.3.3: La réponse de la radio communautaire aux besoins d'information des PDI .....	15
2.3.3.1: Ce qu'une radio peut faire et ne devrait pas faire au niveau des émissions .....	15
2.3.3.2: Ce qu'une radio communautaire devrait et ne devrait pas faire. ....	15

<b>CHAPTER THREE : LE CASSE-TÊTE DES FAUSSES INFORMATIONS (FAKE NEWS)</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1. Les fausses informations: un casse-tête potentiellement dangereux</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1.1. Anatomie / composantes des fausses nouvelles:</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1.2 : La Désinformation:</b> .....	<b>16</b>
<b>3.1.3 : Informations erronées</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1.4: Mésinformation</b> .....	<b>17</b>
<b>3.1.5: Rumeur</b> .....	<b>17</b>
<b>3.2.0 Sources d'information</b> .....	<b>17</b>
<b>3.2.1 : La source primaire</b> .....	<b>17</b>
<b>3.2.2 : La source secondaire</b> .....	<b>17</b>
<b>3.3.0 : Gestion de l'information en temps de crise</b> .....	<b>17</b>
<b>3.3.1 : La pensée critique dans la collecte, traitement and diffusion de l'information</b> .....	<b>17</b>
<b>3.3.2 : Méthodes de vérification de l'authenticité des informations</b> .....	<b>18</b>
<b>3.3.3 : Principes non techniques de traçabilité du « fake news »</b> .....	<b>18</b>
<b>3.3.4 : Traçabilité au niveau des sources</b> .....	<b>18</b>
<b>3.3.5: Vérifiez les motivations de l'auteur de l'information</b> .....	<b>18</b>
<b>3.3.6 : Vérifiez le(s) sponsor(s) de l'information</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3.7: Vérifier la compétence / l'expertise du créateur de l'information</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3.8 : La Vérification des citations</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3.9: Scrutez les éléments visuels</b> .....	<b>19</b>
<b>3.3.10 : La date / l'horodatage</b> .....	<b>19</b>
<b>3.4.0 : Outil technique de vérification de fausses nouvelles/information</b> .....	<b>20</b>
<b>3.4.1: Méthode WWWWW + H</b> .....	<b>20</b>
<b>CHAPITRE QUATRE : DISCOURS DE HAINE</b> .....	<b>22</b>
<b>4.1 : Qu'est-ce qu'un discours de haine?</b> .....	<b>22</b>
<b>4.2 : Question de langue</b> .....	<b>22</b>
<b>4.2.1 : Termes d'argot camerounais à NE JAMAIS utiliser à l'antenne</b> .....	<b>22</b>
<b>4.3 : Attitudes ou pratiques à éviter</b> .....	<b>24</b>
<b>CHAPITRE CINQ : LES EMISSIONS INTERACTIVES EN TEMPS DE CRISE</b> .....	<b>25</b>
<b>5.1 : Le problème</b> .....	<b>25</b>
<b>5.2 : Gestion des risques inhérents aux émissions interactifs</b> .....	<b>25</b>
<b>5.2.1: Risques liés au travail en solitaire</b> .....	<b>25</b>

<b>5.2.2: Problèmes qui proviennent des auditeurs .....</b>	<b>26</b>
<b>5.2.3: La gestion des propos haineux ou dangereux .....</b>	<b>26</b>
<b>5.2.4: Gestion de la colère ou le débat houleux à l'antenne .....</b>	<b>26</b>
<b>5.2.5 : Gestion du langage .....</b>	<b>27</b>
<b>5.2.5.1: Avancer un argument .....</b>	<b>28</b>
<b>5.2.5.2: Donner une opinion .....</b>	<b>28</b>
<b>5.2.5.3: Demander une opinion .....</b>	<b>28</b>
<b>5.2.5.4: Marquer son accord .....</b>	<b>28</b>
<b>5.2.5.5: Marquer son désaccord .....</b>	<b>29</b>
<b>5.2.5.6: Couper la parole à quelqu'un et se faire couper la parole pendant une discussion</b>	<b>30</b>
<b>5.2.5.7: Régler une discussion .....</b>	<b>30</b>
<b>5.2.5.8: Conclure une discussion .....</b>	<b>30</b>

## REMERCIEMENTS

Nous remercions le CENTRE DE CRISE ET DE SOUTIEN DU MINISTERE EUROPEEN DES AFFAIRES ETRANGERES et l'AMBASSADE DE FRANCE AU CAMEROUN pour le financement de notre projet *Youth Click for Peace*. Le présent livret est un produit issu de ce projet, et son contenu n'est en fait que des modules édités d'un atelier de formation organisé à Bafoussam en novembre 2020 pour 20 journalistes de radios communautaires sélectionnés parmi les radios des régions de l'Ouest et du Littoral du Cameroun.

Cependant, nous déclarons par la présente que les opinions et les informations contenues dans le livret ne sont pas nécessairement celles du CENTRE DE CRISE ET DE SOUTIEN, du MINISTERE EUROPEEN DES AFFAIRES ETRANGERES et de l'AMBASSADE DE FRANCE AU CAMEROUN, et ainsi donc, ces entités ne peuvent en aucun cas être tenues responsables des opinions ici émises.

## L'AUTEUR

Ce manuel a été écrit par Shifu Ngalla, titulaire d'un Master's en sciences de l'information et de la communication spécialisée dans la communication pour le développement/ pour le changement. Il est fondateur et coordinateur de l'organisation de la société civile *Change Communications*.

*Change Communications* a été créée en 2010. Nous croyons au fait éprouvé que, le développement commence par un changement d'attitude, de pratiques et de comportement au niveau de l'individu, au niveau de la communauté et enfin au niveau de la société toute entière. Travailler pour apporter les changements nécessaires dans une société donnée est au cœur de notre mission qui est **la communication pour le changement, et le changement pour le développement**.

Depuis notre création, nous avons acquis une expérience considérable dans la mise en œuvre de projets sociaux avec le soutien d'organismes donateurs internationaux, notamment:

- **Le Fonds des Nations Unies pour la démocratie, (FNUD), basé à New York aux États-Unis, (2013-2015)**
- **Le Programme du Fonds Mondial pour la Nature-EFN, basé à Washington DC aux États-Unis (2015),**
- **INTERNEWS-Earth Journalism Network basé à Washington DC aux États-Unis (2016),**
- **Le Ministère Européen des Affaires étrangères par le biais de l'ambassade de France à Yaoundé au Cameroun, (2020-2021)**

## INTRODUCTION

Certains journalistes des radios communautaires apportent déjà une contribution significative à la promotion de la paix au Cameroun à travers les programmes qu'ils/elles produisent. Mais en même temps, certains sont malheureusement connus pour être sous l'influence de puissants politiciens, de magnats des affaires ou simplement à cause de leur volonté personnelle et utilisent la radio de manière à ce que la paix se trouve menacée.

Aujourd'hui, cette tendance négative se répand dans le paysage médiatique camerounais. La crise sociopolitique dans les régions du Nord-Ouest et du Sud-Ouest du Cameroun qui a éclaté en 2016 et les controverses qui ont suivi la proclamation officielle des résultats des élections présidentielles de 2018, constituent les principaux moteurs des menaces à la paix. Ces menaces se sont désormais répandues dans les médias, sous la forme des débats télévisés et en particulier sur les réseaux sociaux.

Cependant, les plus grandes menaces se propagent via les plates-formes de médias sociaux, telles que Facebook et WhatsApp en particulier à travers lesquelles tout passe, et surtout les fausses nouvelles et les discours de haine. Le plus grand risque pour les journalistes et qu'ils/elles utilisent inconsciemment ou intentionnellement ces plateformes dans leurs radios, pour vulgariser des discours de haine et des fausses informations, en particulier lorsqu'ils utilisent les médias sociaux comme première ou unique source d'informations pour leurs reportages et programmes de presse. Le pire est que dans le passé nous avons un bon nombre d'exemples qui attestent du caractère extrêmement dangereux que peut revêtir une radio communautaire lorsqu'elle est utilisée par les ennemis de la paix : quelques exemples typiques de la puissance de la radio au service de la destruction dans un pays – le génocide rwandais de 1994, les massacres de la population Kikuyu après les violences post-électorales de 2007/2008 au Kenya, les massacres de centaines de milliers de musulmans en Serbie et en Croatie dans l'ex-Yougoslavie.

Ce livret a été conçu pour servir de guide aux journalistes des radios communautaires afin qu'ils puissent transformer la radio, cet instrument potentiel de mort et de destruction en un outil efficace pour la promotion de la paix et de la cohésion sociale dans leurs communautés respectives et par extension dans le pays tout entier. – **La radio communautaire au service de la paix** .

## CHAPITRE UN

### LA RADIO COMMUNAUTAIRE COMME BÂTISSEUR ET POTENTIEL DESTRUCTEUR DE LA PAIX

La radio communautaire au Cameroun comme ailleurs peut être un formidable instrument de consolidation de la paix, en particulier au niveau communautaire. En même temps, la radio communautaire peut être un instrument extrêmement meurtrier lorsqu'elle est utilisée par de mauvais politiciens et des bellicistes.

#### **1.1 : Les atouts de la radio en tant que moyen essentiel de communication de masse.**

Malgré l'émergence de la télévision, d'Internet et d'autres médias qui ont l'avantage que le téléspectateur peut regarder des images tout en écoutant, la radio a conservé sa position de canal inestimable pour communiquer des idées, des informations et des messages, en particulier dans les communautés rurales du Cameroun, de l'Afrique et du monde en général. La radio bénéficie encore beaucoup du *mythe de la crédibilité* dans les communautés rurales en particulier. Ce que l'on entend à la radio est dans la plupart des cas pris pour vérité d'Évangile par les ruraux.

Notre choix des radios communautaires pour la promotion de la paix s'est donc inspiré des facteurs suivants:

##### **1.1.1: Les atouts techniques**

Parmi les atouts de toute radio communautaire, nous pouvons énumérer les suivants :

La radio communautaire :

- Techniquement low-tech, (pas complexe, studio simple)
- Elle bénéficie d'une mise en fonctionnement et d'un accès peu coûteux
- Il existe même de nos jours des postes de réception intégrés dans les téléphones portables et sur bien d'autres gadgets électroniques et peu onéreux
- Ainsi donc le récepteur radio peut aisément être emporté n'importe où et par tout temps.
- Sur plan de l'audience, elle touche très facilement un grand nombre de personnes, et ceci est particulièrement vrai en périodes de conflits, parce que l'information devient un besoin absolue surtout pour ceux qui sont affectés par le conflit.
- Son écoute ne nécessite pas un effort particulier de la part de l'auditeur, car écouter est une activité très souvent passive.

- On peut donc écouter des émissions ou d'autres types d'informations tout en se consacrant à d'autres activités.
- Utilise la modulation de fréquence (FM) : un son de bonne qualité, gage d'une écoute optimale

### **1.1.2: Atouts inhérentes à son statut et à ses fonctions:**

- La participation de la communauté à la production des émissions (y compris les communautés déplacées)
- La diffusion de nouvelles et informations communautaires: une caractéristique unique qui permet à la radio communautaire de concurrencer efficacement les stations de radio commerciales et/ou gouvernementales.
- La radio communautaire encourage des discussions et des débats d'idées entre les membres de la communauté y compris les Personnes Déplacées Internes, (PDI)
- Ces débats d'idées peuvent conduire au rapprochement des points de vue divergents et contribuer par là même à l'émergence d'un consensus
- La radio communautaire couvre des événements (**culturels**) organisés par les membres de la communauté (y compris les communautés de déplacées)
- L'utilisation de la langue nationale pour informer, éduquer et divertir

### **1.2 : Force négative de la radio communautaire**

La radio, comme outil de communication, est très utile pour renforcer la paix et la cohésion sociale dans nos communautés. Mais, la radio, lorsqu'elle est utilisée par des fauteurs de troubles (ceux qui ne veulent pas la paix) peut être terriblement dévastatrice.

#### **1.2.1 : Quelques exemples**

##### **1.2.1.1: Le Rwanda :**

Au Rwanda par exemple, il y a eu une propagande intensive de diffusion d'un discours tribaliste de haine sur Radio Mille Collines-Rwanda, (Surnommée Radio Machette car ce fut l'arme de prédilection des assaillants) orchestré par la tribu Hutu qui a conduit au génocide rwandais (Génocide contre les Tutsis)

Ainsi donc en 1994: entre le 7 avril et le 15 juillet (pendant une durée de 100 jours),

- 1 000 000 de rwandais ont été tués, dont 700 000 tutsis et environ 300 000 Batwa (pygmées)
- Entre 250 000 et 500 000 femmes violées.
- 2 000 000 Hutus déplacés.

### **1.2.1: 2. En Yougoslavie**

Dans l'ex-Yougoslavie, en particulier en Serbie et en Croatie, la radio et la télévision ont été utilisées par les politiciens pour enflammer la haine ethnique par le biais de points de vue et d'opinions unilatéraux et partiels, et des mensonges à partir du début des années 1990 pour des objectifs politiques. Et le message de haine diffuse sur les ondes des radios a contribué à déclencher le conflit le plus sanglant et le plus meurtrier vécu en Europe depuis 1945.

- ▶ Plus de 8 000 hommes et enfants et musulmans ont été tués.
- ▶ Au Kosovo, des milliers d'Albanais de souche, accusés à tort d'avoir empoisonné des puits d'eau ont été massacrés.
- ▶ Environ 2 000 000 personnes ont été déplacées

### **1.2.1.3: Au Kenya.**

- ▶ Pendant et après les violences post-électorales de 2007/2008 au Kenya, les médias kenyans - notamment des radios communautaires ont utilisé les langues locales pour diffuser des messages de haine et d'incitation à la haine et à la violence ethniques.
- ▶ Cette instrumentalisation de la radiodiffusion a conduit à ce que, lors d'un incident banal, des Kalenjins et des Luos brûlent vifs plus de 30 femmes et enfants de l'ethnie Kikuyu qui cherchaient refuge dans une église.
- ▶ Plus de 100 000 Kikuyus ont été contraints de quitter la vallée du Rift par peur
- ▶ Une investigation des Nations Unies menée en vue d'établir les responsabilités sur ces violences a établi que le niveau de férocité de ces violences était directement lié aux émissions radio anti-Kikuyu.

### **1.3.0 : Les défis de la diffusion des émissions en directe en temps de crise**

Au Cameroun aujourd'hui, les communautés accueillant des déplacés internes sont indirectement touchées par la crise dans le nord-ouest et le sud-ouest. Les journalistes qui couvrent de telles situations de crise sont confrontés à de nombreux défis. L'un des défis les plus difficiles est la gestion des pressions provenant de diverses sources et de divers domaines.

#### **1.3.1: Contexte politique**

Le contexte politique peut compliquer la réalisation d'une émission interactive. Au Cameroun, les émissions débats sont le plus souvent suspendues provisoirement dans les

médias publics et privés la veille, pendant ou immédiatement après les élections locales et nationales. Dans des situations politiques précaires, comme c'est le cas actuellement, nous devons choisir un thème pour notre émission et l'heure de diffusion de la discussion avec beaucoup de tact. Mais alors, nous ne devons pas nous lancer dans une autocensure.

### **1.3.2: L'intimidation**

Certaines radios rurales reçoivent une aide financière de l'élite politique et des hommes et femmes d'affaires influentes, de la municipalité, des cadres du gouvernement et des agences de développement. Ces bienfaiteurs sont omniprésents et contraignent les chefs de chaîne à modifier les émissions de manière à promouvoir leurs intérêts personnels. Certains d'entre eux entretiennent des relations très étroites avec le gouvernement, et ils veulent toujours que les intérêts du gouvernement soient promus ou protégés, de peur de perdre leur faveur. Ainsi, ils utilisent leur influence pour que les émissions-débats ne présentent pas des thèmes contradictoires et ils peuvent même menacer de suspendre leur aide financière. La conséquence est que les chefs de chaîne peuvent à leur tour intimider leurs collègues et les pousser à éviter des thèmes contradictoires, afin de satisfaire les intérêts particuliers de ceux qui financent le fonctionnement de la radio, au détriment des auditeurs.

### **1.3.3 : Nos propres croyances et valeurs**

Nos valeurs personnelles façonnées par notre famille, l'expérience de la vie, sont les plus grands éléments qui influencent notre manière de réagir à l'égard des invités et des appelants. Un appelant ou un invité peut violer nos valeurs par ses idées ou attitudes. Nous devons réfléchir avant de répondre, et essayer de nous mettre dans la peau de nos appelants et de considérer leurs intérêts, au lieu de faire dominer nos propres opinions, préjugés et idées. Un présentateur en colère apporte difficilement une contribution utile à la Compréhension d'un thème. Il est donc nécessaire que nous puissions contrôler notre propre accès de colère.

### **1.3.4 : La pression familiale/ethnique**

Nos propres familles, clans (tribus) et groupes d'intérêt peuvent ne pas être en accord avec une approche objective. Ils peuvent en effet penser que nous devons défendre un côté de la discussion ou de l'argument. Ceci signifie, à titre d'exemple, prendre position contre nos familles, notre tribu ou notre région dans la discussion. Nous devons savoir que

nous ne sommes pas les avocats de nos familles ou de notre tribu. Ce que nous sommes et ce que nous croyons en privé ne doit pas infiltrer un débat public lorsque nous sommes à l'antenne.

Tous ces défis représentent des problèmes d'ordre général qui sont courants pratiquement pour toutes les émissions-débats. Mais les éléments évoqués ne constituent pas l'intégralité des problèmes liés aux émissions-débats.

#### **Points à retenir**

Ces difficultés rendent les journalistes vulnérables à des pratiques non conformes aux normes de bonnes pratiques du journalisme.

- Quel que soit le défi et la pression auxquels vous êtes confrontés, pensez toujours aux conséquences que votre reportage aura sur votre pays ou votre localité
- N'oubliez pas qu'un seul mot, une seule phrase, un seul paragraphe ou un seul reportage que vous faites et qui est offensant pour autrui peut enflammer toute une communauté, tout un pays et peut facilement être détourné de son objectif principal par des fauteurs de trouble
- Ne déformez pas les faits dans votre reportage, ne fabriquez pas des mensonges, ne propagez pas de discours haineux et ne promouvez aucune forme d'information malveillante pour quelque raison que ce soit, car la paix au sein de toute une communauté, et peut-être de tout un pays, est entre vos mains, cette paix se trouve sur la pointe de votre stylo ou sur le bout de vos lèvres.

## CHAPTER TWO

### LE TYPE D'INFORMATION DONT LES PERSONNES DEPLACEES ONT BESOIN

#### **2.0 : Les personnes déplacées/ Les déplacés internes et les réfugiés**

Très souvent, les gens confondent les personnes déplacées à l'intérieur du pays avec les réfugiés. Elles sont toutes victimes de conflits, mais n'ont pas le même statut.

#### **2.1 : Les déplacés internes : Qui sont-ils ?**

*Les personnes déplacées ou déplacés internes sont des personnes qui ont été forcées de fuir leur foyer à la suite d'un conflit armé, ou lors de situations de violence généralisée, ou encore pendant des situations de violations claires des droits de l'homme ou finalement après des catastrophes naturelles ou causées par l'homme; et qui n'ont pas franchi la frontière internationalement reconnue d'un autre État<sup>1</sup>.*

#### **2.2 : Les réfugiés**

Un réfugié est toute personne qui se retrouve hors de son pays de nationalité, à cause d'une situation de conflit armé, ou de situation de violence généralisée, ou encore de violation des droits de l'homme ou à cause d'une catastrophe naturelle ou d'origine humaine; ou finalement à cause de tout type de menaces graves sur sa vie. Les personnes déplacées ou déplacés internes ne sont donc pas les réfugiés.

#### **2.3 : L'importance de l'information en temps de crise.**

En temps de crise, l'information est un besoin essentiel pour tout le monde. C'est un besoin encore plus grand et plus urgent pour les personnes touchées par une crise, en particulier celles qui se trouvent dans la zone des combats, les personnes déplacées à l'intérieur du pays (PDI), les réfugiés, et les communautés d'accueil. En effet, des informations pertinentes et factuelles fournies à temps aux personnes vivant la en crise ou affectées par une crise peuvent sauver des vies. Plus précisément, les personnes déplacées ont besoin d'informations pratiques pour sauver leurs vies et celles des autres.

#### **2.3.1 : Informations pratiques vitales pour les PDI**

Le type d'informations dont les PDI ont besoin comprend:

- Des informations sur la situation sécuritaire autour d'eux (les zones où ils peuvent aller, à qui ils peuvent s'adresser pour tel ou tel problème, ce qu'ils peuvent faire face à telle ou telle situation d'insécurité)

- Des informations sur les lieux et quand l'aide humanitaire peut être obtenue (articles d'hygiène, nourriture, vêtements, etc.)
- Les organisations et ou autorités à approcher en cas d'urgence (premiers secours, service de soins de santé, médicaments, nourriture etc.)
- Les informations sur les questions liées au logement, aux abris ou aux aides matérielles à la réinstallation.
- Des informations utiles qui les aideront à trouver facilement leur chemin, à s'intégrer et à voir des perspectives pour leur future vie et leur famille
- Des informations sur les possibilités d'éducation de leurs enfants,
- Des demandes de renseignement sur les personnes égarées (comment retrouver des parents, des amis, des voisins etc.)
- Des Informations sur leurs proches restés dans leur région d'origine, (zone de crise, zone de combat)
- Des Informations sur les possibilités d'emploi ou d'éventuelles sources de revenus,
- Des informations fraîches sur l'évolution du conflit / la guerre et les perspectives de solution,
- Des Informations sur les expériences d'autres PDI, leurs réussites et/ ou leurs difficultés,
- Des informations sur les activités de leurs communautés d'accueil qui peuvent les intéresser,
- Des informations sur les décisions pertinentes de la municipalité et des services de l'état qui peuvent avoir un impact sur leur vie,
- Des aides juridiques de toutes sortes.

### **2.3.2: A quoi peut servir la bonne information pour les déplacés internes ?**

Les citoyens en situation de conflit ont besoin d'informations pour prendre des décisions éclairées susceptibles de sauver des vies ou d'améliorer leurs conditions de vie de manière efficace. À cet égard, les PDI peuvent utiliser ces informations pour:

- Relocaliser leurs familles en cas de nouvelles menaces pour leur sécurité,
- Les guider dans le but d'obtenir des services de première nécessité, (santé, alimentation, travail, etc.)
- En savoir plus sur les événements actuels (situation du conflit),
- Combattre les traumatismes en se renforçant psychologiquement et moralement

- Accroître leurs connaissances sur communautés d'accueil et éviter de créer d'autres problèmes
- Diminuer l'incertitude et le doute sur une situation donnée en cherchant à en savoir plus sur le monde qui les entoure,
- Construire un sentiment de communauté, c'est-à-dire un sentiment de «je ne suis point seul».
- Avoir une plus grande participation aux activités de la communauté d'accueil grâce à une intégration effective et coordonnée.

### **2.3.3: La réponse de la radio communautaire aux besoins d'information des PDI**

Compte tenu de la nature des informations dont les PDI ont besoin et de leur exploitation, Comment est-ce que la radio peut ou devrait répondre à ces besoins identifiés? Ou encore, que peut faire une radio communautaire, et que ne devrait-elle pas faire lors la mise en ondes des bulletins d'informations et des émissions en réponse aux besoins d'information des PDI?

#### **2.3.3.1: Ce qu'une radio peut faire et ne devrait pas faire au niveau des émissions**

- Introduire des programmes spéciaux qui peuvent susciter l'espoir aux près des personnes déplacées et aux membres de leurs communautés d'accueil afin de renforcer un vivre-ensemble pacifique,
- Créer des émissions par exemple SOS spécial dans lequel(s) les PDI et les membres de leurs communautés d'accueil en tant qu'invités peuvent parler des questions d'intérêt commun (comment ils vivent, leurs joies et peines, leurs défis etc.)
- Créer de courts messages éducatifs pour la paix, le vivre-ensemble pacifique et la cohésion sociale.

#### **2.3.3.2: Ce qu'une radio communautaire devrait et ne devrait pas faire.**

La radio communautaire devrait :

- Donner un accès prioritaire aux acteurs humanitaires (ONG, agences des Nations Unies et services gouvernementaux, OSC, groupes associatifs et bienfaiteurs individuels pour faire connaître leur aide),
- Identifier et établir une liste des agences et des acteurs humanitaires opérant dans la localité et informer les auditeurs sur eux en précisant leurs domaines d'activités, (santé assainissement, alimentation etc.)
- Tenir les auditeurs informés des efforts de paix déployés à l'intérieur et / ou à l'extérieur du pays

## CHAPTER THREE

### LE CASSE-TÊTE DES FAUSSES INFORMATIONS (FAKE NEWS)

#### 3.1. Les fausses informations: un casse-tête potentiellement dangereux

Les fausses informations peuvent être décrites comme *des informations délibérément fabriquées et publiées dans l'intention de tromper et d'induire en erreur autrui en lui faisant croire à des mensonges ou en lui faisant douter des informations factuelles ou vraies.*

De telles « fausses informations » peuvent devenir très dangereuses en période de conflit. Sur les réseaux sociaux, elles peuvent être très puissantes et se propager comme une trainée de poudre c'est-à-dire très rapidement parmi les personnes touchées directement ou indirectement par le conflit car les gens vivent dans la peur et l'incertitude.

Lorsqu'une fausse information produit une forte réaction émotionnelle, telle que la peur ou la colère, les gens sont beaucoup plus susceptibles d'y croire et de la propager activement à leur tour. Les parties belligérantes d'un conflit peuvent l'utiliser pour semer la confusion et atteindre un objectif caché, ou pour prendre l'avantage sur l'autre camp. Les auteurs de troubles peuvent l'utiliser pour provoquer ou alimenter un conflit. C'est pourquoi il est extrêmement important que les journalistes aient une connaissance et une compréhension appropriées de la façon de DÉTECTER, VÉRIFIER et ÉLIMINER les «faux» éléments du contenu des médias sociaux, afin qu'ils ne diffusent pas les fausses informations collectées des médias sociaux sur les antennes.

Pour être en mesure de séparer l'ivraie du bon grain c'est-à-dire séparer ce qui est vrai de ce qui est faux dans une information provenant des réseaux sociaux, les journalistes, doivent comprendre certains concepts essentiels, notamment les suivants:

##### 3.1.1. Anatomie / composantes des fausses nouvelles:

Les fausses nouvelles comportent trois éléments principaux, à savoir : la désinformation, informations erronées, mésinformation et rumeur

##### 3.1.2 : La Désinformation:

Des informations fausses et délibérément créées pour nuire à une personne, à un groupe social, à une organisation ou à un pays

### **3.1.3 : Informations erronées**

Informations fausses mais qui ne sont pas créées dans l'intention de causer un préjudice quelconque, (elles peuvent provenir tout simplement de l'ignorance)

### **3.1.4: Mésinformation**

Information basée sur la réalité, mais utilisée intentionnellement de manière à causer un préjudice à une personne, une organisation ou un pays.

### **3.1.5: Rumeur**

Information qui contient des éléments erronés ou des idées fausses, une histoire non officielle intéressante ou une nouvelle qui pourrait être vraie ou inventée, et se propage rapidement d'une personne à l'autre par le bouche à oreille notamment.

## **3.2.0 Sources d'information**

Il existe deux sources principales d'information : les sources primaires et les sources secondaires.

### **3.2.1 : La source primaire**

La source est l'auteur originel de l'information ou la personne qui crée l'information, participe à la création de l'information ou est témoin oculaire de la création de l'information.

### **3.2.2 : La source secondaire**

C'est la personne qui rapporte, commente ou analyse les informations qu'il / qu'elle a reçues de quelqu'un d'autre, (par exemple de la source principale). Les journalistes sont essentiellement des sources secondaires pour les médias et le grand public (radio, presse écrite et télévision). Les informations rapportées sont des connaissances ou une expérience de seconde main, (seconde main/ source d'occasion)

### **3.3.0 : Gestion de l'information en temps de crise**

La gestion de l'information en temps de crise n'est pas une tâche facile. Il est donc nécessaire que, le journaliste adopte une approche critique du traitement de l'information et développe sa capacité à analyser les différents aspects de l'information.

### **3.3.1 : La pensée critique dans la collecte, traitement and diffusion de l'information**

En temps de crise, la pensée critique devient une approche indispensable à adopter dans la collecte d'informations, le traitement et la diffusion de ces informations. La pensée critique fait référence à la capacité d'analyser des informations de manière objective et d'y porter un jugement raisonné. En tant que journalistes, continuer à poser des questions sur toute information, afin de trier les détails utiles et les moins utiles ou les mensonges.

Quelle que soit la charge émotionnelle et psychologiquement dérangeante d'une situation, gardez votre calme, votre sang-froid et analysez l'information ou l'événement de manière objective afin de pouvoir identifier et éjecter les fausses composantes d'une information donnée. Cela vous permettra de tirer une conclusion motivée sur l'authenticité ou non de cette information. En fait, l'esprit critique est crucial pour vérifier une information afin de déterminer s'il s'agit d'une fake news ou non.

### **3.3.2 : Méthodes de vérification de l'authenticité des informations**

Il existe plusieurs façons de vérifier si une information est factuelle ou fausse. Cependant, dans notre contexte, nous nous intéressons aux méthodes non techniques et techniques de recoupement des informations pour en déterminer l'authenticité.

### **3.3.3 : Principes non techniques de traçabilité du « fake news »**

Il existe quelques principes généraux qui peuvent nous guider dans le processus de détection des faits dans une information donnée. Ces principes comprennent les éléments suivants:

### **3.3.4 : Traçabilité au niveau des sources**

Soyez prudents avec les informations provenant de sources secondaires, car l'auteur de cette information est tout simplement entrain de la rapporter, de la commenter ou d'analyser des informations provenant de sources autres que ses propres connaissances ou expériences de première main.

Dans cette situation il est courant qu'il y ait des ajouts ou des soustractions (distorsions ou omissions délibérées ou non) des informations. Soyez bien informés pour pouvoir comparer les mêmes informations avec d'autres sources. Donc, ne comptez pas uniquement sur les médias sociaux pour votre information : écoutez les autres radios, lisez les journaux, les médias respectés et qui ont acquis de la confiance en ligne et regardez les stations de télévision les plus sérieuses).

### **3.3.5: Vérifiez les motivations de l'auteur de l'information**

Derrière la création de chaque information se cache un motif, un objectif, un but; certains motifs sont malveillants tandis que d'autres sont bons. L'information peut être créée pour diverses raisons : le profit, la politique et la propagande politique en font partie. Cherchez ce qui motive l'auteur des informations qui vous sont présentées. La connaissance du motif de toute information peut indiquer sa vraie nature avant même de digérer ladite

information. Comprendre les motivations du créateur de l'information est le moyen le plus important de vérifier les informations douteuses.

### **3.3.6 : Vérifiez le(s) sponsor(s) de l'information**

Toutes les informations ont un sponsor, aussi obscures qu'elles puissent paraître. Le sponsor d'une information peut simplement être le créateur de l'information elle-même. Ou il peut s'agir de plusieurs individus, organisations, institutions ou organes.

Un sponsor ne doit pas nécessairement jouer un rôle actif dans la création d'informations, mais ces informations sont généralement créées pour répondre aux exigences et aux désirs du sponsor, même s'il s'agit de fausses informations. (Par exemple, les politiciens)

### **3.3.7: Vérifier la compétence / l'expertise du créateur de l'information**

L'expertise et la compétence vont souvent de pair avec l'acquisition d'une autorité dans n'importe quel domaine de connaissance. Pour vérifier certaines informations, il suffit parfois de vérifier simplement l'expertise ou la compétence de son (ses) créateur (s).

Vérification à elle seule peut grandement contribuer à établir la véracité de ses informations.

### **3.3.8 : La Vérification des citations**

En général, les informations qui sont accompagnées de citations vérifiables ont une crédibilité plus élevée que celles qui n'en ont pas. Toute information, écrite, audio ou vidéo, sur laquelle le journaliste met clairement des citations provenant de sa source principale est un bon signe de la crédibilité de l'auteur.

### **3.3.9: Scrutez les éléments visuels**

Les éléments visuels tels que les photos et les vidéos peuvent faire partie de l'information ou être elles-mêmes des informations indépendantes. Cependant, parce que ces éléments peuvent être appréciés visuellement, ils sont largement utilisés pour soutenir ou renforcer des informations plus ou moins abstraites ou symboliques. Il est conseillé aux journalistes de donner une attention égale tant aux éléments visuels de l'information, qu'aux éléments symboliques ou plus abstraits – les images, vidéos, etc. peuvent être trafiqués dans le but de tromper.

### **3.3.10 : La date / l'horodatage**

La plupart des informations qui sont créées et diffusées sur Internet reçoivent automatiquement des horodatages c'est-à-dire des indications précises sur la date et le lieu de la création de chaque information.

Mais un document-papier publié sur les réseaux sociaux avec le cachet et la date a beaucoup plus de poids pour aider à la vérification de son authenticité et de ses références. Les créateurs d'informations avec des intentions malicieuses peuvent récupérer une ancienne information et lui donner un horodatage plus récent pour atteindre des fins de manipulations cachées (Ceci est très courant avec les fausses nouvelles.)

### **3.4.0 : Outil technique de vérification de fausses nouvelles/information**

Pour pouvoir détecter les faux éléments dans une information, nous pouvons utiliser la méthode que nous utilisons quotidiennement pour recueillir des informations pour nos bulletins d'information. Cette méthode, comme nous le savons tous, est basée sur le principe des 5WWWWs+H. Nous pouvons l'appliquer comme suit:

#### **3.4.1: Méthode WWWWW + H**

##### **W = (Who?) Qui?**

Qui est l'auteur de l'information? Quelles sont les références de l'auteur, c'est-à-dire :

- le nom de l'auteur de l'information,
- son statut professionnel,
- son niveau d'éducation,
- son niveau de connaissances dans le domaine,
- l'expérience des autres personnes citées comme co-auteur ou sources secondaires
- les affiliations de l'auteur: c'est-à-dire les institutions ou organisations dans lesquelles il / elle a été ou est actuellement employé ou qu'il représente (partis politiques, religion et autres groupes d'intérêt, etc.)
- réputation de l'auteur: c'est-à-dire dans quelle mesure l'auteur de l'information est-il connu ou méconnu?
- Qu'est-ce que les autres professionnels de la profession et le grand public savent de l'auteur?

##### **W = (Why ?) Pourquoi?**

C'est-à-dire, pourquoi est-ce que la personne publie-t-elle la dite information? (Objectifs, buts visés). Cherchez à découvrir

- le titre de l'information pour identifier l'orientation que l'auteur donne à l'information
- toute utilisation biaisée de la langue
- le côté pris par l'auteur dans la conclusion ou le commentaire fait sur l'information

### **W = (Which ?) Lequel?**

Quel est le public ciblé dans les informations publiées?

- Vérifiez le public cible/le groupe spécifique auquel l'information est destinée et pourquoi ce public-là/ou ce groupe en particulier ?

### **W = (Where ?) Où?**

Questionnez les sources de l'auteur:

- Où l'auteur a-t-il obtenu les informations présentées? (les sources)
- Les sources sont-elles crédibles?
- S'agit-il de sources primaires ou secondaires?
- Encore une fois, soyez prudents lorsque
- Vous exploitez des sources secondaires.

### **W = (When ?) Quand?**

Quelle est la date de publication des informations ? Vérifiez :

- La date de création de l'information
- la date de publication de l'information
- La date de création des informations est-elle différente de leur date de publication?

### **W = (What) Quoi?**

Méthodes de collecte des informations de l'auteur:

Quelle(s) méthode(s) a/ont été utilisé(es)? Vérifiez si les informations ont été obtenues par:

- Un entretien?
- Grâce au concours d'un témoin oculaire?
- A la lecture d'un texte ou en regardant une vidéo?

La méthode de collecte de l'information est-elle ?

- indiquée? implicite? pas déclarée du tout?

## CHAPITRE QUATRE

### DISCOURS DE HAINE

#### 4.1 : Qu'est-ce qu'un discours de haine?

Le discours de haine est tout type de communication verbale, écrite ou comportementale qui est offensant et ou utilise un langage péjoratif ou discriminatoire en référence à une personne ou à un groupe social sur la base de ce qu'est ce groupe, ici nous parlons des attaques religieuses, ethniques, tribales, sur la nationalité, la race, la couleur, la descendance, le sexe ou tout autre facteur d'identité.(UN 2020). Très souvent, le discours de haine est un langage humiliant, injurieux, malveillant, dégradant et offensant utilisé intentionnellement pour blesser, nuire, promouvoir la haine, provoquer et encourager la violence. Le discours de haine peut créer des situations d'intolérance, de haine et même de violence

#### 4.2 : Question de langue

En journalisme, la langue compte énormément. C'est l'outil essentiel que les journalistes utilisent pour travailler. C'est un outil très puissant. Lorsqu'elle est correctement utilisée à la radio, la langue contribue énormément au développement de nos communautés. Mais la langue peut aussi être potentiellement mortelle. Dans une situation tendue, un mot imprudent ou un détail inexact peut déclencher de la violence. Les journalistes doivent donc être extrêmement prudents lorsqu'ils manipulent le langage à l'antenne. Il y a certains mots et expressions que nous pouvons utiliser, et certains que nous ne devrions jamais utiliser du tout. De plus, il y a des attitudes et des pratiques que nous ne devons pas adopter dans la façon dont nous utilisons le langage à l'antenne parce que cela peut aussi causer des graves problèmes.

##### 4.2.1 : Termes d'argot camerounais à NE JAMAIS utiliser à l'antenne

Le discours de haine est un langage fait de mots ou d'expressions utilisés et comprises par des personnes appartenant à un groupe plus ou moins restreint. Certains mots et expressions utilisés contre des communautés ethniques et linguistiques du Cameroun sont aujourd'hui répandus sur les plateformes de médias sociaux. Les expressions argotiques locales énumérés ci-dessous ne doivent JAMAIS être utilisées à l'antenne, car elles sont extrêmement blessantes et détruisent le vivre ensemble pacifique et la cohésion

sociale Ce sont des stéréotypes ou clichés qui expriment des préjugés et de la haine dans plusieurs contextes. Les expressions les plus couramment utilisées sont les suivantes:

**Table 1: Certains argots haineux camerounais**

Termes péjoratifs et injurieux à ne JAMAIS UTILISER SUR LESS ANTENNES	Communautés visées	Termes à utiliser
<i>Anglo-fou, anglos, les Biafrais, les Bamendas, anglo-bami</i>	Les populations Anglophones du Cameroun	Un/une anglophone
<i>franco-fool/frog</i>	Les populations francophones du Cameroun	Un francophone
<i>bami, les Bami/bamelikon, les Bamis-envahisseurs, les serpents à deux têtes tribalistes</i>	Les populations du grand Ouest Cameroun	Un habitant de la région de l'Ouest
<i>come-no-go les anglo-bami</i>	Les populations des Grass Fields qui se sont installées ailleurs	Nos frères venus de l'Ouest et du Nord-Ouest
<i>ces nordistes-là, moutons, Haoussa ces vendeurs du soya, maiguidas, « mangeurs » de noix de cola ces Musulmans-là, ces Tchadiens-, ces Centre-africains-là</i>	Les populations du grand Nord Cameroun	
<i>les Sudistes, les paresseux, lotisseurs, vendeurs des terrains, les nkwa'ah (les esclaves), chop-broke-pot, tribaliste ces Bulus-là, ces yaoundés</i>	Les populations du Centre et du Sud Cameroun	Nos frères du Centre et du Sud
<i>ces Pygmées de l'Est</i>	Les populations de l'Est Cameroun	Nos frères de l'Est
<i>Expressions similaires : « ces gens-là », « eux et nous »</i>		

Encore une fois, ces expressions argotiques ne devraient pas être utilisées à l'antenne car elles peuvent facilement déclencher des conflits voire des guerres civiles. Rappelez-vous, que les conflits sont très faciles à déclencher, mais beaucoup plus difficiles à arrêter. Alors ne contribuez pas au déclenchement d'un conflit que vous ne pourriez pas arrêter. Rappelez-vous ces pays - le Rwanda, la Yougoslavie et le Kenya.

### **4.3 : Attitudes ou pratiques à éviter**

En tant que journaliste, il y a certaines attitudes et pratiques que vous devriez et ne devriez pas adopter pour promouvoir la paix à l'antenne. Alors fais attention :

Ne reprenez pas extenso dans vos reportages le langage souvent utilisé par les politiciens ou d'autres groupes d'intérêt pour provoquer l'antipathie/la haine. Évitez la propagande (chants d'éloges pour les politiciens ou le journalisme de cour, le « griotisme » Évitez de faciliter les manipulations politiques autour de la situation des PDI, car lors de la couverture d'événements liés au soutien des politiciens aux PDI, que ce soit en espèces ou en nature, il faut être prudent et comprendre qu'il n'y a guère de repas gratuit de la part des politiciens. Beaucoup d'entre eux s'attendent à récolter des gains politiques grâce à une telle apparente démonstration de sympathie. Certains manifestent une réelle préoccupation, mais d'autres ne s'en soucient guère. La radio ne doit pas contribuer à la promotion politique de l'image des politiciens au détriment des PDI. Le rôle de la radio est d'informer, plutôt que de jouer le rôle d'agents de relations publiques pour les politiciens

Ne déformez pas la réalité pour un reportage sensationnel. Les journalistes ne devraient jamais déformer les faits et inventer des histoires qui ne reflètent pas la réalité afin d'augmenter leur popularité ou pour plaire à quelqu'un, à un groupe de personnes ou à des groupes d'intérêt. Le journalisme est une quête de vérité. Cherchez la vérité et dites la vérité, à tout prix. Pensez aux conséquences du contenu de l'information que vous présentez, et à la manière de la présenter. Il faut toujours évaluer les conséquences sociales ou sécuritaires que votre information ou votre reportage et la façon dont vous la présentez, vont probablement avoir sur les membres de la communauté, ou même ceux du pays entier.

## CHAPITRE CINQ

### LES EMISSIONS INTERACTIVES EN TEMPS DE CRISE

#### 5.1 : Le problème

Les émissions radio en direct sont généralement délicates, que ce soit un reportage ou la conduite d'une émission interactive. De mauvais propos capables de blesser les gens peuvent provenir des auditeurs, de l'invité ou même du présentateur dans certains cas. C'est encore plus difficile en temps de crise, lorsque les tensions sont fortes, que les gens ne se sentent pas en sécurité et que la peur règne. Les gens souffrent et l'atmosphère politique est tendue. La vie n'est pas facile pour les victimes directes et indirectes de la crise. Dans ces conditions, que doit faire un journaliste de radio pour contribuer à apaiser la situation ?

Cependant, il incombe pour l'essentiel au présentateur de se rassurer que de mauvais propos à l'antenne ne se transforment pas en discours dangereux. De mauvais propos mal gérés à l'antenne peuvent inévitablement porter atteinte à notre émission, et empêchent l'utilisation de l'émission pour la promotion de la paix. La responsabilité du présentateur est par conséquent énorme. D'autre part, si ces programmes sont bien conçus et gérés avec tact, ils peuvent contribuer énormément à la réduction des tensions dans la communauté ainsi qu'à la promotion d'une cohabitation pacifique et de la cohésion sociale dans la société.

D'autre part, si les programmes participatifs en situation de crise ne sont pas gérés avec soin, la moindre erreur au niveau de l'utilisation du langage, de l'expression de la colère ou du discours de haine à l'antenne peut déclencher de graves troubles qui peuvent engendrer la violence ou contribuer à une escalade de la violence. Les journalistes doivent donc faire preuve de prudence et prendre en considération une certaine conduite à tenir avant, pendant et après une émission interactive en direct à l'antenne.

#### 5.2 : Gestion des risques inhérents aux émissions interactifs

Il est important pour le journaliste d'identifier le type de risques inhérents aux programmes interactifs en direct à la radio afin de savoir comment les gérer.

##### 5.2.1: Risques liés au travail en solitaire

Jouer en même temps le rôle de réalisateur et de présentateur complique la bonne exécution du travail. Nous devons intégrer un réalisateur assistant. L'absence d'une personne chargée de la gestion des appels et des appelants ouvre les portes de l'émission aux risques énormes.

### **5.2.2: Problèmes qui proviennent des auditeurs**

La plus grande difficulté d'une émission interactive est la gestion des appels téléphoniques venant des auditeurs. Les déclarations des auditeurs peuvent être hors sujet, incohérentes ou incendiaires. Cela peut facilement se répercuter sur la communauté, accroître les tensions et déclencher la violence. Dans une telle situation, le présentateur doit poliment couper l'appel à l'antenne.

### **5.2.3: La gestion des propos haineux ou dangereux**

Un discours haineux renvoie à toute forme de mots qui méprisent directement les autres personnes et/ou poussent à faire du mal ou incitent à la violence contre ces personnes à cause de leur tribu (appartenance ethnique), leur religion ou leur culture. Il s'agit là d'un discours offensif et dangereux. En face d'un discours haineux à l'antenne, le présentateur doit :

- Le condamner immédiatement en le qualifiant de dangereux et d'antipatriotique, car le passer sous silence pourrait emmener la personne ou les personnes offensées/blessées à croire que le présentateur l'approuve. Et ce type de réflexion peut envenimer les choses.
- Réagir sévèrement de manière à ramener les déclarations ou les mots incriminés dans la bonne perspective, une perspective susceptible de restaurer la raison et le calme.
- Rechercher l'intervention guidée de l'invité ou d'un autre appelant pour réparer les dommages causés par le discours haineux.
- S'abstenir d'afficher une bonne humeur à ce sujet, telle que les gloussements ou le rire, même si le discours haineux était exprimé dans un élan d'humour par l'appelant.
- Rédiger un rapport sur l'incident immédiatement après l'émission et le déposer auprès du chef de chaîne ou du directeur de la station. Le rapport permettra au patron de préparer une réaction administrative requise par la hiérarchie.

### **5.2.4: Gestion de la colère ou le débat houleux à l'antenne**

L'excès de colère sur les ondes est fréquent pendant les discussions dans le cadre d'une émission-débat. Les invités peuvent utiliser un langage colérique et menaçant les auditeurs. Les auditeurs qui appellent peuvent aussi utiliser la radio pour relayer leurs opinions personnelles. Il y a également des invités et des appelants qui se disputent au point

d'interrompre tous les autres dans la discussion. Cette situation embarrasse souvent le présentateur. Que faire dans ce cas ?

- Rappelez aux invités qu'ils doivent parler à tour de rôle, car personne n'entend ce qu'ils disent.
- Soyez prêts à interrompre et à rappeler à l'ordre les invités ou les appelants lorsqu'ils deviennent irrespectueux ou s'éloignent du thème.
- Soyez prêt à faire passer une musique comme un interlude pendant que les esprits surchauffés se calment.
- Comme moyen de diversion des discours chauds et belliqueux, lisez des lettres et courriels reçus.
- Abordez la discussion sous un nouvel angle pour les sortir de la pomme de discorde.
- Insérez des faits spécifiques dans un dialogue tendu pour emmener un invité ou un auditeur qui appelle à se calmer.
- Lorsqu'un invité est en colère contre un autre, ramenez-les doucement à leur dernier point d'entente.
- Les présentateurs ne doivent pas engager la responsabilité de la station pour les menaces proférées par les invités ou les appelants à l'antenne, c'est-à-dire, ils doivent clairement indiquer que leurs déclarations ne sont pas celles de la station et elles n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs, et non celle de la station.
- Ne prenez pas les appels négatifs comme des appels personnels. Intéressez-vous à ce qui les contrarie, sans encourager leur colère.
- Rappelez juste à l'appelant ou à l'invité qui s'énerve qu'un homme ou une dame responsable ne s'enflamme pas au cours d'une émission radio diffusée en direct.
- Servez-vous de l'humour avec tact pour calmer les esprits.

#### **5.2.5 : Gestion du langage**

Généralement, les voix montent et les esprits s'échauffent pendant les émissions interactives. C'est dans la nature des émissions interactives. L'échange et le croisement des idées, des points de vue, des arguments et des arguments contradictoires sont les ingrédients du discours démocratique, mais aussi source de discords et même de conflits. Mais alors, les mots et expressions doivent être utilisés de manière à conserver l'échange comme un moyen de divulgation et d'approfondissement des valeurs et pratiques de paix.

Vous trouverez ci-dessous un **vocabulaire et des expressions utiles pour une discussion ou un débat (source.....)** que nous pouvons utiliser lorsque nous voulons avancer un argument, donner une opinion, demander un point de vue, marquer notre accord ou notre désaccord, interrompre, régler une discussion et conclure un point de vue.

#### **5.2.5.1: Avancer un argument**

- Bien, je pense que...
- Le premier point que je voudrais soulever est...
- Ma position est la suivante...
- Voici le principal point que je voudrais soulever...
- Je voudrais aborder deux points ici... En premier lieu...
- Il y a un mois, j'ai parlé de...Aujourd'hui, je voudrais ajouter que...
- Je voudrais réaffirmer ma position...
- Pour être plus clair, je voudrais dire que...

#### **5.2.5.2: Donner une opinion**

- D'après moi...
- Ma vision de la chose...
- Je crois honnêtement que...
- Selon Amougou...
- En ce qui me concerne...
- Selon moi...

#### **5.2.5.3: Demander une opinion**

- Que pensez-vous de.....?
- Qu'avez-vous à dire au sujet de.....?
- Que vous inspire tout ceci.....?
- Comment vous sentez-vous par rapport à .....?
- Avez-vous quelque chose à dire au sujet de.....?
- Qu'en pensez-vous.....?
- Êtes-vous d'accord.....?
- Voulez-vous dire quelque chose.....?

#### **5.2.5.4: Marquer son accord**

- Je partage entièrement votre point de vue.

- C'est bien vrai.
- Ça ne fait aucun doute.
- Vous avez absolument raison.
- Absolument.
- C'est exactement ce à quoi je pense.
- Tout à fait.
- Je suis d'accord avec vous.
- Je partage l'avis d'Abdulahi sur ce point
- Il n'y a aucun doute là-dessus.
- Je suppose que oui.
- Je n'en doute pas.
- Vous avez raison sur ce point.
- Vous m'arrachez cela des lèvres.

#### 5.2.5.5: Marquer son désaccord

- Je ne le pense pas.
- **(ferme)** Pas question.
- Malheureusement, je ne suis pas d'accord.
- **(ferme)** Je m'y oppose totalement.
- Je ne l'approuve pas.
- **(ferme)** Je pense justement le contraire.
- Pas nécessairement.
- Ce n'est pas toujours vrai.
- Ce n'est pas toujours le cas.
- Non, je n'en suis pas si sûr...
- Je vous comprends, mais je pense que...
- Oui, je comprends, mais selon moi...
- C'est très intéressant, mais le problème c'est que...
- Je crains de ne pas partager votre point de vue...
- Je crois vous avoir compris, maintenant je voudrais vous répondre...
- Nous essayons d'imaginer ce que vous voulez dire. Je pense que...

#### 5.2.5.6: Couper la parole à quelqu'un et se faire couper la parole pendant une discussion

- Je voudrais dire quelque chose maintenant
- Laissez-moi dire quelque chose à ce sujet
- Excusez-moi de prendre la parole, mais vous ne m'avez pas bien compris
- Je ne vous coupe pas la parole, mais je dois répondre à cela
- Je regrette, je ne peux pas admettre votre point de vue
- Je suis désolé, vous n'avez pas tout à fait raison
- Attendez un instant, ce n'est pas vrai
- Pourriez-vous me permettre en une seconde de dire/souligner que...?
- Si vous me permettez de commenter cela...
- Avec votre permission, je voudrais revenir sur ce que vous venez de dire
- Si je puis ajouter quelque chose...
- Puis-je ajouter quelque chose ?
- **(Après avoir coupé la parole à quelqu'un accidentellement)** Je suis désolé, vous pouvez poursuivre, **ou** Vous disiez...
- **(Après avoir été interrompu)** Vous ne m'avez pas permis d'aller jusqu'au bout

#### 5.2.5.7: Régler une discussion

- Est-ce qu'on peut évoluer ?
- Laissons tomber.....
- **(sarcastique)** Quoique vous disiez, /si vous le dites.....

#### 5.2.5.8: Conclure une discussion

- J'ai souligné que.....
- Pour récapituler les principaux points...
- Résumons notre position dans cette discussion.....
- Permettez que je résume ma position dans cette discussion.....
- En résumé, je voudrais dire que.....

Si nous appliquons entièrement ces guides linguistiques sur la manière de s'exprimer lors des émissions interactives, le ton de notre émission sera plus doux, plus convivial, plus attachant et calme. L'emploi d'un langage qui respecte les personnes que nous contredisons est une excellente méthode de promotion et de renforcement de l'esprit de tolérance et de l'acceptation de contradiction. C'est en outre un mécanisme de gestion des discours dangereux sur les antennes, et donc la promotion de la paix dans nos communautés.